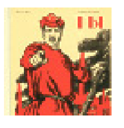
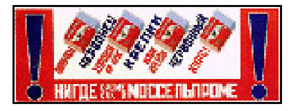
arte2o revista digital universitaria contemporáneo



Cartel ruso-soviético en el periodo leninista

Carlos Treviño Avellaneda
Doctorando del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II
Facultad Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid

Cartel ruso -soviético en el período leninista


Alexander Rodchenko, 1923.
Publicidad para Mosselprom.

El periodo comprendido entre la Revolución de Octubre y el 13 de abril de 1924 (muerte de Lenin) es lo que entendemos como periodo leninista. En estos siete años acontecen los hechos más importantes para la sociedad ruso-soviética y para todo el mundo. Hay guerra civil, cambios estructurales económico-sociales y nace a URSS con una carta magna. Es este el periodo en el que el cartel ruso aporta al mundial estilos y estudios psico-sociales desconocidos hasta el momento. Cumplirá las funciones de: potenciación de la producción, promoción de productos estatales para desbancar la empresa privada y agitación política entre otros.

El cartel de la Primera Guerra Mundial supone la verdadera evolución hacia las formas del periodo artístico que nos interesa. El 1 de agosto de 1914 Alemania declara la guerra a Rusia, el pueblo casi desarmado y con mayoría analfabeta necesita una orientación para luchar contra las tropas bien adiestradas alemanas. Por estas épocas la sociedad rusa está ya acostumbrada a ver, comprender,... el cartel comercial, el estado ruso, consciente de ello, educa al pueblo mediante el lenguaje pictórico del cartel. La producción se cuenta en millones de carteles. El Art Nouveau, en ese momento tan en boga no responde en sus formas a la crudeza de la guerra, se vuelve pues al lenguaje popular de la estampa rusa (los lubok) por un lado y al realismo por otro.

Hasta este momento los carteles que se hacían exaltaban el imperialismo ruso, con águilas imperiales, escudos, emblemas heredados de épocas medievales y representación de altos cargos de la iglesia ortodoxa y la realeza rusas. Es en 1905 cuando aparecen algunos carteles o pancartas como casos aislados, pero la mayoría de los estudiosos del tema opina que el verdadero nacimiento del cartel político ruso se da en la Primera Guerra Mundial. El resto de carteles promocionan productos industriales y de espectáculos teatrales, siguiendo el mismo desarrollo de los carteles de la Europa occidental. Los formatos son siempre rectangulares, la ilustración enmarca los textos sin llegarse a integrar ambos plenamente; las ilustraciones son orlas y ribetes decorativos muy anchos, compuestos por blasones, ornamentos florales y animalísticos, grecas o formas abstractas y símbolos heráldicos medievales.



Dimitri Moor, 1920.

LA IDEA DE ARTE Y PROPAGANDA DE LENIN Y LUNACHARSKI.

El cartel se había convertido ya durante la Gran Guerra en uno de los medios fundamentales para la comunicación de masas, prácticamente todos los artistas comprometidos europeos habían puesto sus conocimientos y fuerza de trabajo al servicio del cambio social. Estos planteamientos respondían a la idea de creación y transformación social que defendían Marx y Engels que había propuesto en sus teorías Hegel, desde ese momento el arte se convierte en un poder social frente al individualismo que había dominado al arte (tanto la idea de arte del artista como la función que la sociedad le atribuía). El estilo artístico que había ayudado al desarrollo del comunismo durante el s. XIX era, aparte de la caricatura, el realismo fundamentalmente; Karl Lessing y Karl Hüber hacen las primeras anotaciones de la utilización del arte para la agitación.

Según Marx, heredero de Rousseau, el hombre no es ni bueno ni malo por naturaleza, el medio lo determina, por ello opina que el arte, como comunicación, ayuda a las mentes hacia el cambio social. Pretenden que el arte salga de la mercadería capitalista, defendiendo la producción masiva del arte (carteles, grabados, panfletos,...). Para llegar a mayor número de individuos el arte debería ser realista: murales, caricaturas gráficas, obras monumentales,... Marx y Engels vincularon al cartel de manera muy estrecha con el movimiento revolucionario y, en particular, con el movimiento comunista.

Anatoli Vasilievich Lunacharski nació en Poltava en 1885, estudió filosofía y ciencias naturales en la Universidad de Zurich, donde empezó su actividad propagandística con Plejanov y Axelrod. En 1897 llegó a Rusia como revolucionario profesional. A partir de 1906 vive en el exilio (Francia, Italia,...) trabajando en colaboración con Lenin.

Tras la revolución es nombrado Primer Comisario de Instrucción Pública, cargo que ocupó hasta 1929. Durante esos años escribió numerosos artículos sobre la configuración del arte y la cultura soviéticas.

- **El Plan de Propaganda Monumental**

“En 1918 me llamó Vlamidir Illich y me comunicó que era preciso desarrollar el arte como medio de propaganda”[i].



Lebedev, 1921. Cartel para la ROSTA.

Los teóricos del socialismo coincidían en que el arte es distinto según las sociedades y los pueblos, por ello el arte socialista debía ser distinto al burgués y aceptado por todos. Lenin había presentado la necesidad de crear arte en las calles, las casas y las plazas. El estado invierte en arte, el nuevo mecenas del artista es el pueblo, esto supone libertad de creación: "El arte se abre al campo social y artístico: el campo de la propaganda artística. En él encontramos al cartel; la canción revolucionaria o las poesías y obras de teatro..."[ii]. La propaganda hostil al nuevo régimen fue censurada.

El Plan de Propaganda Monumental contaba con dos proyectos diferenciados:

- Adornar los edificios, vallas y demás lugares en los que se solían poner carteles con inscripciones revolucionarias.

- Erección de monumentos dedicados a los grandes revolucionarios.

Los proyectos los desarrollaban los alumnos y profesores de los Vjutemas (Altos Talleres Artísticos Técnicos Libres), fundados en 1918. La norma general era la no adscripción a ningún estilo artístico, pero sí era indispensable que fueran de ideología izquierdista. El estado dejaba libertad al artista, y le resolvía sus necesidades físicas para que pudiese dedicarse a las espirituales.

El arte debía extenderse a las clases más bajas, por ello a partir de 1917 se crea el Proletkult (Cultura Proletaria), un grupo cultural educativo de artistas que pretenden elevar el nivel espiritual de las masas en el sentido artístico para hacerles capaces de ser constructores de su propia cultura.

El PCUS se proveyó de todos los medios artísticos para convertirlos en un poderoso sostén para la propaganda. La idea se basaba en: "¿Puede la revolución dar algo al arte, y puede el arte dar algo a la revolución?"[iii]. Se fomentó la enseñanza de himnos, comprensión de nuevos lenguajes plásticos,... se llevó el arte al pueblo con el fin de unirlo. El arte llega a los objetos de uso común. Se hacen estudios sobre juguetes y desarrollo del alma del niño.

Los estilos más apoyados por el gobierno podríamos observarlos al analizar la muestra en la exposición de Berlín de 1922, o la de Venecia, a la que acuden divididos en tres grupos:

- Los de izquierdas: formados por los "comfuti", o comunistas-futuristas, suprematistas y en general el arte vanguardista ruso.

- El de centro: bajo la agrupación Organización Artística Libre, que consideran a Kandinsky como promotor de la abstracción y del psicologismo en el arte.

- El de derecha: es el grupo de artistas fieles al legado de los Ambulantes (Tolstoi, Pasternak,...).

Se crearon todo tipo de asociaciones, talleres,... nos interesa el Taller Libre de Artes Gráficas, creado en 1919, en el que se investiga sobre propaganda y soluciones artísticas en cuanto a la técnica de las artes gráficas.



Lebedev, 1920. Cartel para la ROSTA.

En general podemos decir que la época leninista es una de las de mayor desarrollo artístico a nivel mundial, en la que, no sólo se permite la libre asociación (Constructivistas, Obmokhou,...), discernir de las opiniones del estado en cuanto a estilo (eran favorables al realismo), sino que también se publican decenas de revistas artísticas (*El arte de la comuna*, *L.E.F*.,...) para hacer llegar el arte al pueblo.

En definitiva el fin del arte en el periodo leninista era el propagandístico, en el que dominaba el principio de producción, con lo que el campo de cultivo para el desarrollo del cartel está más que servido.

EL CARTEL COMERCIAL (LA N.E.P.)

El cartel comercial en Rusia había tenido un desarrollo tardío con respecto al resto de Europa debido sobre todo a su atraso en la industrialización.

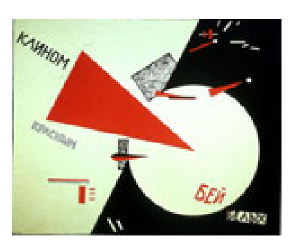
A partir de 1917 las empresas privadas y la estatal tienen que competir. También es una época de acumulación de capital (para luego colectivizarlo) que pasaba irreversiblemente por el consumo masivo.

Durante la Guerra Civil el gobierno bolchevique, con un cierto control ya de territorios, lanzó un plan que consistía en un retorno parcial a la libre empresa capitalista para aumentar el consumo, con él la producción y con ésta la industria. Este plan era la N.E.P. (Nueva Política Económica).

Con la N.E.P. surge una burguesía que poseía negocios y la capacidad de gastar dinero en lujos y espectáculos y ostentar.

El estado competía con la empresa privada a través de grandes conglomerados industriales estatales. La publicidad se gestionaba de manera centralizada, con grandes campañas que se basaban en un nombre al que se familiarizaba a la población. Estos nombres eran: Mosselprom, fábrica de procesamiento de productos agrícolas; Rezinotrest, productos

derivados del caucho y resinas; Sakharotrest, de azúcar; Krimtabakrest, de tabacos de Crimea; Chaiupravlenie, de té; Gosizdat, editorial estatal.



El Lissitzky. 1919-20. "Golpead a los blancos con la cuña roja".

En contra de la idea de no consumismo comunista podían leerse en los carteles de la época: “Empiece un nuevo año entre flores y plantas tropicales. Cabaret magnífico. Batalla de serpentinas y confeti. Los artistas se mezclarán con el público” (en un cartel de 1922). Según Foregger en Petrogrado había salas de juego (naipes, ruletas,...), “trajes de terciopelo y de seda con lentejuelas, de color rosa o melocotón. Bailarinas de sonrisa fija con zapatillas azules y medias color de rana”[iv].

La publicidad no solo significaba promocionar productos de consumo, había que realizar una agitación política para que la gente comprara al estado y no a las empresas.

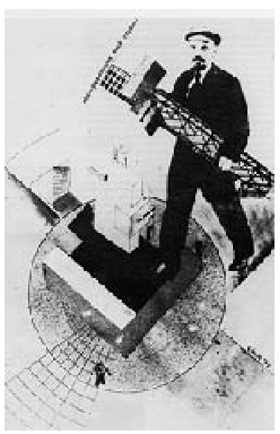
La publicidad era hecha por artistas fieles a la idea de innovación artística, utilizaban formas geométricas simples, crearon nuevas tipografías,... e hicieron un estilo que pasaría a la historia del cartel.

-**Algunas Campañas.**

“Sólo en Mosselprom”. Esta frase fue el slogan permanente de todos los productos agrícolas de la URSS (tabaco, papel, aceite, cerveza,...). Mosselprom era la palabra que englobaba todos los productos de primera necesidad (alimentos). Para Mosselprom trabajaron Tarkhov, Bulanov y sobre todo el “Constructor-Publicitario”, agencia de comunicación masiva formada por Maiakovski y Rodchenko, en la cual el primero realizaba los textos y el segundo los diseños.

Entre las campañas de Mosselprom encontramos la Campaña del Tesoro, realizada en 1924 para lanzar al mercado los cigarrillos KLAD (Tesoro), con una promoción que consistía en que cada paquete contenía números para una lotería organizada en conjunto por Mosselprom y la Comisión Gubernamental par la Mejora de la Vida de los Niños. Los premios eran: una vaca, un caballo, un tractor,... las ganancias eran destinadas a los niños, en particular a los huérfanos de la guerra civil, de modo que se incluían contenidos sociales en la campaña.

La hicieron en este caso Maiakovski y Lavinski. Los carteles se basaban en una misma estructura: sobre un fondo rojo o amarillo se colocaba un cuadrado o un círculo (al más puro estilo suprematista) y sobre ambos aparecían con tono humorístico los regalos y/o ganadores fumando cigarros desproporcionados por su gigantismo.



Gustav Klutsis. 1920. "Electrificación para todo el país".

Los Carteles de Rezinotrest- Rezinotrest, el trust estatal de la industria del caucho fue uno de los mayores conglomerados de la insutria soviética. Gracias a los diseños de Rodchenko y a los versos de Maiakovski se hicieron famosos en todo el mundo los chanclos de goma de Rezinotrest. En 1925 los carteles constructivistas de anunciadores de Rezinotrest fueron expuestos en la Exposición Internacional de Artes Decorativas de París. Dentro de los carteles realizados para esta campaña destaca el de los chupetes Rezinotrest, que venían al caso debido a la incorporación de la mujer al trabajo.

“GIZ. Fuente de conocimiento y luz”, este slogan de Maiakovski expresaba la idea que sobre cultura tenía previsto desarrollar el gobierno. Uno de los grandes problemas de la sociedad rusa de 1917 era el analfabetismo, el acceso a los libros de obreros y campesinos fue una forma de erradicarlo. En 1919 se creó GIZ, conocida también como Gosizdat.

Los constructivistas de la revista L.E.F. desarrollaron la campaña como un gran programa en el que se integraban métodos de almacenaje, distribución, venta,... Varvara Stepanova diseñó los trajes de los dependientes, Lavinsky diseñó los quioscos transportables. Los carteles los hizo el Constructor-Publicitario, al que se unieron los dos artistas que acabamos de mencionar. Lavinsky aportó al cartel del momento la utilización de colores oro y una ampliación general de la gama, aparte de introducir nuevas líneas y puntos que creaban texturas uniendo fotomontaje y dibujo.

Las empresas privadas editoriales, al no tener medios suficientes se unían varias en un solo cartel, de esta forma nacen los carteles “ensamblados”. Éstos se agrupaban normalmente alrededor de un eje principa, en él había una ilustración que tenía relación con alguno de los pequeños anuncios, los textos se enmarcaban siempre por formas geométricas simples que se ensamblaban.

En la publicidad de época leninista nos sorprende la ausencia de relación entre el producto anunciado y la imagen del mismo. Por ejemplo para anunciar chocolatinas o cajas de cerillas aparecen aviones. Aparecen motivos iconográficos que se van a repetir en un futuro: locomotoras, fábricas, antenas radiofónicas, fraguas o válvulas de radio.

Es curiosa la utilización de la publicidad para hacer propaganda política en época de Lenin, así pues los productos objeto de la publicidad tenían nombres como: cigarrillos Soviet o Frente Rojo, los perfumes Moscú Rojo, sin olvidar las galletas Octubre Rojo.

Personajes Ideales

Las personas dignas de ser admiradas por el público de los carteles son ahora obreros jóvenes y fornidos; campesinos de bastante edad; el soldado del Ejército Rojo, amable, valeroso e indestructible; intelectuales; ateos... y desde el punto de vista negativo aparece el

Nepman (nueva burguesía surgida de la NEP), y los enemigos de la patria (aristócratas, burgueses, el clero,...).



Hermanos Stenberg, 1929. Cartel para película de Chelovek.

CARTEL POLÍTICO Y DE AGITACIÓN EN EL PERIODO LENINISTA. LA R.O.S.T.A.

Los artistas que realizan carteles durante la Primera Guerra Mundial contra los germanos son los mismos o alumnos suyos que harán los de concienciación y agitación política en 1917 y años posteriores.

Según J. Barnicoat los carteles políticos anteriores a 1919 (creación de la ROSTA) se realizaban desde un punto de vista comercial, a partir de esta fecha el cartel político se concibe de manera autónoma. Con el plan de propaganda monumental de Lenin y Lunacharski el cartel político cobró una importancia especial, pues se convirtió en el medio más utilizado para orientar a la población, en su mayoría analfabeta como ya dijimos.

Los estilos artísticos eran vanguardistas en su mayoría. Su avance desde el punto de vista artístico es grande, basándose en el cubofuturismo de los luboks, la caricatura de Deni y en general en la vanguardia rusa de los primeros quince años del s. XX..

Podemos clasificar el cartel ruso de esta época en:

- **Carteles de herencia periodística**. Este es el caso de Kogut, que aún con estilo artístico cercano al cezannismo geométrico, utiliza elementos del más puro estilo narrativo con un texto explicativo en la parte inferior y con una imagen que lo ilustra, es decir, la imagen en función de un texto a "pie de página".

Radakov es otro de los maestros de la caricatura, parecido en su composición a Kogut. Casi todos estos cartelistas y otros más de las mismas características eran herederos del lubok cubofuturista, adoptaron sobre todo la composición y el espíritu del texto-ilustración de Malévitch y Maiakovski.

- **Las Ventanas Satíricas de la R.O.S.T.A.**

Su antecedente: **Los Lubok.**

En 1914 el director de la Editorial Lubok Oggi, G.B. Gorodetski, nombra como comisionados para la serie gráfica antigermánica a Malevitch y Maiakovsky, que trabajan en Petrogrado para la causa. Para esta editorial trabajaron también Dimitri Moor, Georgij Narbur, I. Maskov y A. Lentunov, estos dos últimos pertenecientes al grupo artístico de tendencia cezzannista-fauve Sota de Diamantes.

"El horror de la guerra queda muy cerca", como tituló Maiakovsky a la serie que Malevitch dibujó, muestra ilustraciones de personajes anónimos en situaciones de guerra de forma satírica, en los que siempre aparece uno central de gran tamaño y muy trabajado que realiza una acción en el campo de batalla rodeado de otros de menor tamaño. Las figuras muestran simplificación que tiende a la geometría con utilización de colores planos (verde, rojo, azul, negro y blanco, los más usados) encerrados en formas sintéticas definidas habitualmente por semicírculos.

Los luboks significan en estos años la búsqueda del arte eslavo anterior al renacimiento, un neoprimitivismo, que como había ocurrido en el resto de Europa, sería la base para el desarrollo del arte de vanguardia. Los temas utilizados están encaminados a irritar; son groseros y satíricos.



Dimitri Moor, 1921. "¡Ayuda!".

En 1919 se fundó la Agencia de Noticias Telegrafiadas Rusa, dentro del Proyecto de Propaganda Monumental, ligada fundamentalmente al artista Cheremnij. La central estaba en Moscú, aunque pronto se crearon filiales en todas las grandes ciudades. Su misión era mucho más amplia que la creación de carteles, sin embargo pronto se les dedicó a éstos un lugar privilegiado. En un primer momento los carteles se hacían de un día para otro, a mano sobre un papel sin color de fondo, un solo ejemplar. Debido al éxito que tuvieron empezó su producción masiva en imprentas. Se llamaban ventanas satíricas porque se exponían en las vitrinas de los pasillos de la agencia de noticias a la vista del público; lo de satíricas es obvio, eran de carácter humorístico y burlón al estilo de los carteles de Deni o Dimitri Moor.

Los carteles de la ROSTA se basaban en la secuencialidad de las imágenes en un mismo cartel al estilo cómic. Se daba la misma importancia a la imagen que al texto.

Como dijo Maiakovski: "este trabajo no podía hacerse sino a la velocidad del telégrafo o de la ametralladora. Sin embargo, lo llevábamos a cabo no sólo con toda la fuerza y toda la seriedad de nuestro saber, sino que revolucionábamos igualmente los procedimientos y las maneras, perfeccionamos el arte del cartel que es, ante todo, el arte de la propaganda. Si existe algo en el dibujo llamado "estilo revolucionario" es el de nuestras vitrinas"[v].

Hicieron carteles para la ROSTA: Maiakovski, D. Moor, Maliutin, Lavinski, Levin, A. Nurenberg, el poeta Bedni y Lebedev entre otros. La aportación de Lebedev al cartel es fundamental puesto que, aparte de conocer a la perfección el mundo de la

propaganda, realiza carteles en estarcido y crea nuevos tipos de personajes revolucionarios, a los que llamó “caminantes de la revolución”. En cuanto a estilo introdujo un mayor peso de la tipografía, como elemento estructural, y geometrización de personajes, continuando así la herencia cubofuturista.

Se hicieron unos 500 carteles distintos que supusieron “una crónica viva de la revolución”[vi].

Estilísticamente los carteles de la ROSTA eran de fácil lectura para las masas pues utilizaban formas rotundas, colores planos y dibujo elemental. El lenguaje era fácilmente comprensible: el rojo para los obreros y el negro o blanco para los burgueses. Se utilizaban tres tintas y la técnica avanzó hasta el punto de tener preparados en cuarenta minutos los carteles desde la llegada de la noticia hasta su colocación en los lugares públicos. La confección de las ventanas sartíricas era de tipo colectivo en el que entraban periodistas, diseñadores, poetas, impresores,... Los grupos de cartelistas berlineses del momento adoptaron este método de trabajo por ser el más eficaz y hoy está a la orden del día esta manera de organizar el trabajo gráfico.



Maiakovski y Rodchenko (el Constructor Publicitario), 1923. Cartel para Rezinotrest.

- **Grupos y artistas de vanguardia.**

La concepción de la sociedad y de la capacidad humana para la construcción de aquella de los artistas de vanguardia revolucionarios es la base del increíble avance en cuanto a lenguaje y estética de los carteles producidos por éstos. En general el artista de vanguardia se dedicaba a hacer propaganda desde su trabajo, por ello tenemos obras completamente propagandísticas que no eran exclusivamente carteles pero cuando se trataba de carteles con más razón se politizaban.

El cartel político debe a la vanguardia rusa la creación de nuevos lenguajes no sólo simbólicos, sino también plásticos.

El caso de El Lissitzki (Lazar Markovich Lissitzki), que no sólo extendió masivamente la simbología suprematista del color, sino que desarrolló el lenguaje plástico creando volúmenes, atribuyendo significados distintos a las formas geométricas (triángulo: agresividad, violencia,...; círculo: inestabilidad, delicadeza,...). Lissitzki investigó además todo el mundo del diseño gráfico y llevó sus conocimientos a Alemania y Holanda entre otros países.

No podemos olvidar las importantísimas aportaciones del constructivismo, ya no sólo en cuanto a la composición de las obras, la utilización de líneas y puntos, texturas y masas de color, sino también en cuanto a la concepción del cartel como forma artística más importante debido a las teorías de la colectivización y masificación del arte.

Klutsis es otro de los artistas principales del cartel político soviético, puesto que a él se debe la utilización de la fotografía y el fotomontaje en el mismo.

El cartel consigue gracias a la vanguardia el máximo desarrollo técnico, comunicativo y plástico visto hasta aquel momento.

- **Cubofuturismo**- Maiakovski, Filonov, Rozanova, Malévitch y Burliok son algunos de los llamados futuroeslavos o cubofuturistas. Este movimiento experimental busca la línea como elemento simbolista que pretende exteriorizar lo interno, de este movimiento surgirá la abstracción geométrica suprematista. El cubofuturismo se compone de:

  - Cubismo- descomposición en distintos puntos de vista. Influencias de Léger (cilindrización de figuras) y Cezanne.
  - Futurismo- Suspensión de la figuras en posiciones desequilibradas. Dinamismo al estilo Van Gohg. El movimiento está contenido. Se acude a temas rurales y urbanos.

Entre 1913-1920 se combinan conscientemente cubismo y futurismo, en concreto los juegos rítmicos de color y la metalización de las figuras. Hay simultaneidad de distintos movimientos con trazos vigorosos. Se emula el movimiento. Se incorpora también el movimiento en el color y la forma del rayonismo.

En principio el cubofuturismo no se adscribió a ningún grupo político, pero por su importancia para la propaganda de la Primera Guerra Mundial, se les consideró artistas del pueblo y es en 1918 cuando el sector más revolucionario del grupo (Maiakovski, Burliok y Kamenski) publicaban en la *Gaceta Futurista*, nº1, una serie de iniciativas para la democratización del arte a través de su presencia en la calle y en los medios de propaganda y agitación. Poco después aparecía un artículo de Altman en *El arte de la Comuna* que decía: “Tan sólo el arte futurista es hoy el arte del proletariado”[vii]. En cualquier caso Lunacharsky, aún no gustándole el futurismo, opinaba también que eran verdaderos revolucionarios al servicio del pueblo.

Hacia 1918 el cubofuturismo en el cartel desparece prácticamente dejando sus valiosas aportaciones en cuanto a estilo artístico, concepción del arte para la masa y objetivos funcionales para la propaganda, educación y agitación.

- **Suprematismo**. Se considera en Rusia al primer abstracto a Chiurlionis, pintor lituano, era simbolista y músico. La abstracción musical junto con las grecas y arabescos del primitivismo ruso son el principio del suprematismo, que une a esta vanguardia el concepto de azar proveniente de la cultura oriental (china concretamente). Mientras que el azar en Europa es inquietud, excitación,... en China es el primer paso para ulteriores búsquedas, es la base de la creación.

  Tras la exposición 0,10 de 1915, en el que Malévitch presenta su Cuadrado negro sobre fondo blanco, se forma el grupo Supremus, en el que la economía se convierte en la quinta dimensión. El acto de crear no es mimético, es un acto puro; el mundo supremo es el del ser, el de la creación... El suprematista crea obras autónomas, no copias, crea productos totalmente nuevos.

  Pertenecen al grupo Rozanova, Malévitch y Kliun, uniéndose más tarde Popova, Pestel y Archipenko desde París. El suprematismo rechaza la geometría euclidiana. La matemática deja de definir la geometría, para hacerlo el movimiento, el ritmo,... Las masas de color planas con formas geométricas básicas que se seccionan, típicas del suprematismo son muy propicias para la creación de carteles de gran simpleza y efectismo, debido a la exigencia de economía formal para la producción de carteles. Negro, rojo y blanco son los colores básicos suprematistas, que se llenan de simbolismo.

  La producción principal de carteles la realiza Lissitzki. Estudió dibujo y diseño, en 1918 obtuvo el diploma de arquitecto. Viajó por toda Rusia, conoció a A. Exter y aprendió de Chagall conceptos de tipografía. Estudió con Malévitch y creó sus PROUNES. En 1921 viajó a Berlín, tomó contacto con De Stijl, la Bauhaus, dadaístas, constructivistas,... Su experimentación en el diseño gráfico sería reconocida por todos los artistas europeos. Hizo fotomontajes, revolucionó la composición y técnicas del cartel y dio a conocer el suprematismo al resto del mundo.

  Hizo carteles para exposiciones de la Bauhaus, para el gobierno soviético (como Golpead a los blancos con la cuña roja) y llevó al pueblo el lenguaje suprematista, variando así el significado de formas y colores. Realizó en 1924 la campaña publicitaria de la tinta PELIKAN y fue uno de los pocos artistas que consiguió hacer en vida una exposición de su obra gráfica.

  Otros cartelistas suprematistas aparte de Malévitch y Lissitzki fueron los hermanos Karkov, Chaskhin, Sutin y otros que citaremos con los constructivistas.

- **Constructivismo.**

Este movimiento nacido en la URSS con el manifiesto de Alexei Gan, presentado con la exposición de Medunetsky y los hermanos Stenberg. Influidos por Malévitch, se habla en 1919 de las bases del constructivismo, definidas por Popova: espacio pictórico (cubismo), línea, color (suprematismo), energía (futurismo), texturas (Tatlin). Dejando de lado la representación mimética de la realidad, las emociones, el carácter literario, el ilusionismo y todo lo que pueda ser reconocido. En principio parece que estas características no son favorables a la producción de carteles, pero sin embargo su sentido de crear arte para el pueblo, la nueva sociedad,... hacen que el constructivismo tenga un carácter comunicativo-social muy importante: “El arte está llamado a acompañar al ser humano por todas partes donde discurre y se agita la vida infatigable: en el taller, en la oficina, en el trabajo, en el reposo y el tiempo libre; los días laborables y los festivos, en la casa y en la carretera para que la llama de la vida no se extinga en él”[viii].

Se crean grupos de trabajo en los que los elementos específicos son: la tectónica (relación entre arte y política), construcción y factura (textura, materialización). Desde el punto de vista práctico se realizan campañas de prensa.

Hemos hablado ya de El Constructor-publicitario, con sus aproximadamente 50 carteles. Los primeros no se basaban en objetos reales para crear, eran completamente abstractos, utilizaban líneas, formas geométricas,... y existía un estudio de color como creador de tensiones y movimiento, utilizando colores que no se habían utilizado antes en el cartel (ocres, y otros experimentales).

La tipografía constructivista es rotunda: crea estructuras y es parte integrante de la composición, a veces es lo único que aparece en el cartel. Se utilizan constantemente filetes, corondeles,... para enmarcar, subrayar y separar letras. Se pretende una tipografía única para todas las repúblicas soviéticas, pero no se llevó a cabo con demasiado éxito.

Los carteles constructivistas explotan todos los recursos gráficos conocidos: tamaños y formas de signos exclamativos o interrogativos, el color, los tipos,... Se utilizan flechas que guían al receptor del cartel según el recorrido que ha de seguir (según los estudios de reflexología y percepción de Pavlov). Hay un gran avance en cuanto a estudios de eficacia de las campañas comunicativas.

El cartel sustituye al arte de caballete. En 1923 Artavov, teórico maximalista del productivismo dijo en la revista L.E.F.: “las gentes de LEF rechazan categóricamente el arte de caballete museo-intimista, luchan a favor del cartel, la ilustración, el reclamo, el foto-cine montaje, es decir, por los géneros del arte representativo y utilitario que sea de la masa, realizados por medio de la tecnología de las máquinas y ligados estrechamente al modo de vida material de los obreros de la industria”[ix].

Cartelistas constructivistas fueron:

- **Maiakovski y Rodchenko**- fueron los más innovadores. Utilizan formas geométricas que buscan en el color el movimiento de la composición, con colores llamativos. Utilizan un silueteado de textos alrededor o dentro de las formas y acompañan y contornean la tipografía con líneas gruesas o rectángulos. Suelen lanzar los productos al espectador mediante técnicas visuales, como corte de bandas paralelas por una forma geométrica superpuesta.

  Utilizan el fotomontaje como forma de facilitar la comprensión de los mensajes y estereotipos ya utilizados por el cartel en años anteriores (como las posturas de medio lado de los protagonistas para animar a realizar una acción, utilización de manos señalando,... realizadas durante la Primera Guerra Mundial).

- **Anton Lavinski**- Participó en el Plan de Propaganda Monumental como arquitecto y cartelista. Son famosos sus carteles para GIZ. Su importancia para el cartel ruso se debe a tres razones:

  - Amplía gama de colores, utilizando degradados y colores dorados o simulación de estos.

  - Utiliza nuevas texturas, lo que hoy llamamos tramas, mediante líneas y puntos separados para crear efectos ópticos.

  - Preocupación por dar facilidad a la comprensión del mensaje. Da mayor facilidad al entendimiento del cartel mediante texturas capaces de dar sensaciones, utilización de colores simbólicos y fotomontaje.

  Una de sus constantes es utilizar personajes con los brazos abiertos para dar confianza al espectador.

- **Klutsis**- Mientras en Europa el fotomontaje era una rama del arte más, en la URSS Klutsis lo considera como elemento fundamental en la propaganda política, además de elemento gráfico.

  Llamó a sus carteles Composiciones Suprematistas Voluminalmente Espaciales+Fotomontaje. Hace composiciones abstractas que en realidad son estudios arquitectónicos, diseños de nuevas ciudades, en las que, con perspectiva isométrica, incluye círculos y otras formas geométricas simples. Los círculos son símbolo de mundos autónomos en los que se inscriben ciudades ideales. Existe un paralelismo con los collages cubistas, la abstracción adquiere un elemento que nos pone en contacto de nuevo con la realidad mediante las letras y el fotomontaje.

- **Stepanova**- Sus carteles son parecidos a los de su marido Rodchenko, pero aportando composiciones mucho más estudiadas y complicadas, con gran cantidad de elementos (letras, colores, formas,...). Trata de buscar equilibrios en toda la composición, y suele conseguirlo mediante la disposición en triángulo de los elementos, que van formando una pirámide (a veces invertida).

  Utiliza gran cantidad de colores y hasta cierto punto es más figurativa que otros compañeros suyos.

- **Vladimir y Georgüei Stenberg**- Son los cartelistas por excelencia del constructivismo. Su obra artística se reduce al cartel. Se especializaron en carteles para espectáculos, pero participaron en todo tipo de actividades propagandísticas durante la Guerra Civil rusa.

  Sus composiciones son muy variadas, utilizan la espiral como elemento dinámico (herencia de Tatlin) pero también líneas al estilo de Rodchenko, para expulsar hacia el espectador los motivos principales. Tienen influencias de todos los estilos (cubismo, futurismo,...) y utilizan con asiduidad el fotomontaje, pero a diferencia de Klutsis, sus fotomontajes son partes por el todo. Aparecen solo una mano, una cabeza,... y desproporcionadas por completo.

Realizaron carteles constructivistas otros artistas que aportaron menos, por ello solamente los nombraremos: Liubov Popova, Alexei Gan, Altman, Annenkov, Levin, Tellingater, Prusakov, Punin, Vesnin y Luglach.

- **Expresionismo.**

El expresionismo es uno de los movimientos de vanguardia más extendido en Europa en el periodo de entreguerras. No entraremos en explicar este movimiento por todos conocido por la importancia que da al sentimiento del creador, la vuelta al medievalismo, lo grotesco y la deformación de la realidad,... y sobre todo la gran tradición de izquierda que heredaba (caricaturas de Daumier, compromiso de Toulouse-Lautrec,...). Kandinsky fue uno de los miembros de DER BLAUE REITER. Su obra gráfica la realiza sobre todo en Alemania con sus famosas portadas y carteles para anunciar las exposiciones de El Jinete Azul, pero no podemos olvidar los carteles y logotipos que realizó en Rusia. Sus obras incluyen ritmos y abstracciones musicales como en sus cuadros. La mayoría de su obra gráfica rusa es a partir de 1921, pero es escasa por el poco tiempo que vivió allí.

El cartelista expresionista por excelencia es Dimitri Stajievich Moor (1883-1946), fue uno de los fundadores de la gráfica satírica. Desde principios del siglo XX formó parte de asociaciones revolucionarias, colaboró con la revista Budilnik (El Despertador) en la que dibujaba caricaturas políticas.

Entre 1920-21 comenzó su labor como cartelista habitual, que harían que pasase a la historia de la gráfica cartelística: *Regalo Rojo para el blanco, ¿Te has alistado como voluntario? Y ¡Ayuda!* (hecho como consecuencia a la cosecha perdida y falta de víveres del Volga en 1921) son sus carteles más famosos.

Sus personajes son completamente expresivos, están deformados para conseguir mayor tensión. Hay gran contraste de colores, gritos de espanto (desproporciones, rasgos tétricos, fondos negros,...).

“Las caricaturas de Dimitri Moor, siempre complicadamente dispuestas y sombrías, se parecen a un panfleto con efectos de muerte. Su técnica de blanco y negro, tan característica en él, enlaza una composición flexible y cuidadosamente meditada de las líneas de contorno”[x].

Otros artistas expresionistas fueron Kustodiev y Favorski.

El triste futuro que deparaba a todos estos creadores, luchadores de la revolución, no es el momento de desarrollarlo, pero tras el ascenso al poder de Stalin, el Comité Central del PCUS, con el deseo de acabar con todos los creadores, asociaciones y grupos de artistas distintos al realismo, promulga el 23 de abril de 1932 la ya famosa resolución Sobre la transformación de organizaciones literarias y artísticas, por medio de la cual se estableció la Asociación Unitaria de Artistas Soviéticos, creando en la URSS una caza de brujas que produjo que muchos artistas y sus obras desaparecieran del mapa literalmente.

Los artistas más destacados que llevaron a cabo la transición entre la vanguardia y el nuevo realismo socialista fueron: Deineka, Bulanov, Pimenov y Valentina Kulagina.

---

[i] LUNACHARSKI, A.V., Las artes plásticas y la política en la Rusia Revolucionaria, Biblioteca Breve de Bolsillo. Libros de Enlace. Seix Barral S.A., Barcelona, 1969, pag. 9.

[ii] LUNACHARSKI, A.V., Las artes plásticas y la política en la Rusia Revolucionaria, Biblioteca Breve de Bolsillo. Libros de Enlace. Seix Barral S.A., Barcelona, 1969, pags. 81-82.

[iii] LUNACHARSKI, A.V., Las artes plásticas y la política en la Rusia Revolucionaria, Biblioteca Breve de Bolsillo. Libros de Enlace. Seix Barral S.A., Barcelona, 1969, pag. 67.

[iv] Recogido en ANISKT, M., Diseño gráfico soviético: años 20, Ed. Gustavo Gili S.A., Barcelona 1989, pag. 8, de una cita de N. Foregger del artículo Placeres de Petrogrado durante la N.E.P., en Ermitazh, 1922, nº11 p..5.

[v] V. MAIAKOVSKI, La risa terrible, Moscú, 1932, pags 4-5.

[vi] JULIÁN, I., El cartel republicano en la Guerra Civil española, Madrid: Instituto de Conservación y Restauración de Bienes Culturales, 1993.

[vii] VV.AA., Escritos de arte de vanguardia 1900-1945, Ed. Turner/Fundación F. Orbegozo, Madrid, 1979, p. 153.

[viii] VV.AA., Escritos de arte de vanguardia 1900-1945, Ed. Turner/Fundación F. Orbegozo, Madrid, 1979, p. 269.

[ix] MARCADÉ, JEAN CLAUDE, L’avant-garde russe, Flammarion, París, 1995. p.322.

[x] ACADEMIA DE LAS ARTES DE LA URSS, El arte de los países socialistas, Manuales de Arte Cátedra, Ed. Cátedra, Madrid, 1982. p.245.

BIBLIOGRAFÍA

BOZAL, VALERIANO, La construcción de la vanguardia 1850-1939, Ed. Cuadernos para el diálogo, S.A., Madrid, 1978.

MARCADÉ, JEAN-CLAUDE, L'avant-garde russe, Flammarion, París, 1995.

ELGER, DIETMAR, Expresionismo, Benedikt Taschen Verlag GmbH, Köln, 1993.

ACADEMIA DE LAS ARTES DE LA URSS, El arte de los países socialistas, Ediciones de Arte Cátedra, S.A., Madrid, 1982.

BARNICOAT, JOHN, Los carteles, su historia y su lenguaje, Editorial Gustavo Gili S.A., Barcelona, 1995.

CERNEVIC, ELENA (a cura de Mikhail Anikst), Grafica Russa 1880-1917, Cantini Editore, Firenze, 1990.

TOLSTOI ,V.; BIBIKOVA, I.; COOKE, C., Street art of the revolution: festivals and celebration in Russia 1918-1933, Thames & Hudson Ed., London, 1990.

DARRACOTT, JOSEPH, The First World War in posters, Dover Publicatons Inc., New York, 1974.

VV.AA., Kunst aus der revolution. Sowjetische kunst wärhend der Phase der Kollektivierung und Industrialisierung 1927-1933, NGBK, Berlín, 1977.

VV.AA., De Grote Utopie de russische avantgarde 1915-1932, Ed. Stedelijk Museum Amsterdam, Amsterdam, 1992.

JULIÁN GONZÁLEZ, INMACULADA, El cartel republicano en la Guerra Civil española, Mº de Cultura, Dirección General de Bellas Artes, Instituto de Conservación y Restauración de Bienes Culturales, Madrid, 1993. (pags. 73-83).

KURZ MUÑOZ, J.A., El arte en Rusia en la era soviética, Instituto de Historia del arte ruso y soviético, Valencia, 1991.

ANIKST, MIKHAIL, Diseño Gráfico Soviético años 20, Ed. Gustavo Gili S.A., Barcelona, 1989.

SAGER, PETER, Nuevas formas de realismo, Alinaza Editorial S.A., Madrid, 1981. (pags. 165-193).

LODDER, CHRISTINA, El Constructivismo ruso, Alianza Editorial S.A., Madrid, 1988.

VV.AA., Escritos de arte de vanguardia 1900-1945, Ediciones Turner/Fundación Faustino Orbegozo, Madrid, 1979.

EGBERT, DONALD DREW, El arte y la izquierda en Europa, Ed. Gustavo Gili Arte S.A., Barcelona, 1981.

ENEL, FRANÇOISE, El cartel: Lenguaje/Funciones/Retórica, Fernando Torres Editor, Valencia, 1977.

LUNACHARSKI, ANATOLI VASILIEVICH, Las artes plásticas y la política en la Rusia revolucionaria, Editorial Seix y Barral S.A., Barcelona, 1969.

Arte y poder. La Europa de los dictadores, 1930-45, Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona, 1995.

MOIX, TERENCI, La gran historа del cine, colecionable ABC, capítulos 43, 44, 45. Madrid, 1996.

FERNANDEZ, ANTONIO, Historia del mundo contemporáneo, Ed. Vicens-Vives, Barcelona, 1988.

WEBER, HERMANN, Lenin, Biblioteca Salvat de Grandes Biografías, Barcelona, 1989.

CLARK, TOBY, Arte y propaganda en el siglo XX, Akal Arte y Contexto, Ediciones Akal, S.A., Madrid, 2000.

SPENCER, HERBERT, Pioneros de la tipografía moderna, Ediciones Gustavo Gili, S.A., Barcelona, 1995.